

JASA TRANSPORTASI *ONLINE*
(STUDI KOMPARATIF PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA
PENGGUNA GOJEK DAN GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR)

Sitti Hartina Hamidu, Muhammad Rakib, Agus Syam
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar
Email: sittihartinahamidu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, serta untuk mengetahui perbandingan tingkat pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Variabel dalam penelitian ini merupakan variabel tunggal, yaitu pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek dan Grab. Populasinya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, angkatan tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018, sebanyak 2.541 mahasiswa yang terdiri dari jurusan/program studi Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Akuntansi, Akuntansi (D3), Akuntansi (S1), Manajemen dan Ekonomi Pembangunan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan menetapkan kriteria bahwa yang akan menjadi sampel penelitian adalah mahasiswa pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dengan jumlah sampel sebanyak seratus 165 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji *Mann Whitney (U-Test)*, dengan menggunakan program *SPSS 21*.

Hasil yang diperoleh bahwa, nilai rata-rata dan standar deviasi pada pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek lebih tinggi daripada Grab, akan tetapi pada Uji *Mann Whitney (U-Test)* diperoleh nilai signifikan (*Asymptotic Significance*) sebesar 0,239 yang berarti bahwa nilai *Asymptotic Significance* > nilai *Level Of Significance* yaitu 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian ditolak.

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan, Gojek, Grab

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang Masalah

Pergerakan dan perjalanan adalah hasil dari kebutuhan manusia untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain untuk berbagai aktivitasnya, sehingga menghasilkan profil pergerakan yang berbeda bagi setiap individunya dan berpotensi sebagai penyebab timbulnya berbagai permasalahan kota, diantaranya adalah permasalahan mengenai jasa transportasi. Transportasi atau pengangkutan secara umum mempunyai pengaruh besar terhadap perorangan, masyarakat, pembangunan ekonomi, sosial dan politik suatu negara. Transportasi merupakan sarana dan prasarana bagi pembangunan ekonomi suatu negara yang dapat mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Pentingnya transportasi tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan

akan jasa angkutan, mobilitas individu, serta pengiriman barang dari dan ke seluruh pelosok tanah air, bahkan dari dalam dan ke luar negeri. Transportasi merupakan suatu jasa yang diberikan guna menolong orang atau barang untuk dibawa dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Transportasi memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda perekonomian nasional, di lain pihak bidang transportasi ini juga merupakan lahan bisnis sebagaimana sektor ekonomi lainnya. Jika kita melihat perkembangan sarana transportasi di Indonesia, sungguh mengalami kemajuan yang sangat drastis. Hal ini tentu membuat kebutuhan akan transportasi semakin meningkat, terlebih lagi bagi mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Transportasi dapat dijumpai dengan pergi ke terminal, halte, pangkalan ataupun menunggu di jalur yang transportasi umum biasa lalui. Namun hal ini sepertinya dianggap kurang inovatif mengingat saat ini perkembangan teknologi sudah semakin canggih salah satunya adalah munculnya berbagai jasa transportasi *online*.

Perusahaan jasa angkutan umum yang memanfaatkan teknologi dengan menggabungkan antara internet dan transportasi, yaitu jasa transportasi *online* Gojek dan Grab yang kini telah hadir di berbagai kota di Indonesia. Transportasi *online* seperti Gojek dan Grab merupakan pelopor bisnis ekonomi kreatif yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Dalam waktu singkat kedua perusahaan tersebut mampu menjadi sorotan masyarakat dan pelaku bisnis lainnya. Perubahan model transportasi dari konvensional ke transportasi berbasis aplikasi pada *smartphone*, sangat diminati masyarakat dan ini merupakan suatu bentuk perubahan sosial masyarakat yang menghendaki kemudahan dalam penggunaan moda transportasi. Gojek dan Grab telah dipercaya oleh pelanggannya dalam membantu berbagai aktivitas, bahkan kedua perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi pilihan utama masyarakat di kota dan saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya.

Sebagai penyedia jasa berbasis aplikasi, umumnya karakteristik pelanggan transportasi *online* Gojek dan Grab adalah remaja atau anak muda dengan kisaran umur 15 tahun sampai dengan 30 tahun, karena mereka yang dinilai lebih cepat paham akan perkembangan zaman dan lebih cepat menyesuaikan diri dengan hal-hal yang baru. Pengguna transportasi *online* khususnya Gojek dan Grab banyak dijumpai pada area kampus atau universitas, dimana penggunanya merupakan mahasiswa, salah satunya berada di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Pada umumnya, konsumen memilih dan membeli produk tertentu atas dasar nilai universal dan nilai personal produk bersangkutan. Nilai universal menyangkut nilai yang memuaskan kebutuhan pelanggan, sedangkan nilai personal berhubungan dengan nilai yang dapat memuaskan keinginan pelanggan. Dalam konteks pemasaran, kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) dibedakan.

Kebutuhan merupakan suatu keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Kebutuhan melekat pada sifat dasar manusia, sehingga tidak gampang berubah. Sementara itu, keinginan merupakan hasrat akan pemuas tertentu dari suatu kebutuhan. Setiap individu bisa saja memiliki kebutuhan yang sama, tetapi keinginannya berbeda-beda (mudah berubah). Setiap individu memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan produk berupa barang dan jasa yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk atau jasa yang dibutuhkan. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Bagi konsumen, biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang

diharapkan sehingga menimbulkan kepuasan. Pengambilan keputusan oleh pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab sangat penting karena setiap kegiatan atau peristiwa dibutuhkan adanya satu keputusan untuk melalui suatu proses yang selanjutnya akan menentukan hasil atau *output* yang akan dicapai.

Dalam memenuhi kebutuhannya, pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab hendaknya melalui proses pengambilan keputusan guna menghasilkan satu pilihan final untuk mencapai tujuan. Pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen/pengguna meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dengan mengambil keputusan secara tepat, diharapkan pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab dapat menentukan pilihannya dalam menggunakan jasa transportasi *online* guna memenuhi kebutuhan dan mobilitasnya.

Berdasarkan latar belakang mengenai perkembangan dan kemajuan transportasi *online* yang memberikan dampak bagi penggunaannya, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut dalam bentuk penelitian dengan judul “Jasa Transportasi *Online* (Studi Komparatif Pengambilan Keputusan Mahasiswa Pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)”.

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar?
2. Bagaimana gambaran tingkat pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar?
3. Bagaimana perbandingan tingkat pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar?

c. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran tentang pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
2. Memberikan gambaran tentang pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
3. Membandingkan tingkat pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

2. Kajian Pustaka

a. Pengambilan Keputusan

Reason dalam Suryani (2018: 20) mendefinisikan:

Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.

Suharnan dalam Arif (2019: 94), mendefinisikan:

Pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan di antara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan apa yang terjadi.

Hawkins dalam Effendi (2016: 248) mendefinisikan:

Pengambilan keputusan oleh konsumen adalah kesan individu yang secara hati-hati mengevaluasi atribut dari suatu produk, merek, atau jasa dan melakukan proses seleksi untuk memilih dari salah satu alternatif pemecahan masalah kebutuhan”.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang terdiri dari beberapa pilihan alternatif yang ada untuk menentukan arah dan tujuan yang ingin dicapai guna melaksanakan tindakan akhir yang dihadapi dengan tegas.

Kotler dan Keller dalam Simanjuntak (2017: 67) mengemukakan bahwa, indikator pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh konsumen terdiri dari:

1) Pengenalan Kebutuhan; 2) Pencarian Informasi; 3) Evaluasi Alternatif; 4) Keputusan Pembelian; 5) Perilaku Pasca Pembelian.

b. Pengguna/Konsumen

Wikipedia mendefinisikan bahwa “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Kotler dan Armstrong dalam Puspaningtyas (2011: 66) mengemukakan bahwa :
Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi.

Sumarwan (2011: 5) mengemukakan bahwa “istilah konsumen dapat dibedakan menjadi dua jenis, adapun perbedaan dari kedua jenis konsumen tersebut adalah terletak pada motif penggunaannya, yaitu:

1) Konsumen Individu

Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri.

Konsumen individu membeli barang dan jasa yang akan digunakan oleh anggota keluarga yang lain. Konsumen individu juga membeli barang dan jasa untuk hadiah teman, saudara atau orang lain.

2) Konsumen Organisasi

Konsumen organisasi meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, lembaga pemerintah, dan institusi atau sarana publik (sekolah, perguruan tinggi, rumah sakit, lembaga permasyarakatan dan lain-lain). Semua jenis organisasi ini harus membeli produk peralatan dan jasa-jasa lainnya untuk menjalankan seluruh kegiatan organisasinya.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah individu atau kelompok yang memakai atau menggunakan barang hasil produksi/jasa, yang tidak diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.

c. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuri tindakan ini.

Engel, Blackwell dan Miniard dalam Kartikasari (2013: 2) mengemukakan bahwa :

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Setiadi (2003: 2) mengemukakan bahwa:

Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan atau mengatur barang-barang dan jasa.

Dari beberapa definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi.

d. Jasa

Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2014: 26) mengemukakan bahwa:

Jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Payne dalam Mundir (2016: 35) mengemukakan bahwa:

Jasa adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) yang tidak berwujud dan melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa jasa atau layanan (*service*) adalah interaksi dengan konsumen yang ditawarkan melalui tindakan yang bersifat tidak berwujud dan memiliki nilai atau manfaat, tetapi tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

e. Transportasi Online

Kamaluddin dalam Wendi (2018: 808) mengemukakan bahwa “transportasi berasal dari Bahasa Latin yaitu *transportare*, dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain, dan *portare* berarti mengangkut atau membawa”.

Miro dalam Susanti (2018: 24) mendefinisikan “transportasi sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut atau mengalihkan obyek dari satu tempat ke tempat lain, sehingga obyek tersebut menjadi lebih bermanfaat atau berguna untuk tujuan tertentu”.

Nasution dalam Ali (2017: 3) mengemukakan bahwa:
 Transportasi sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Dengan adanya pemindahan barang dan manusia, maka transportasi merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi dan pemberi jasa bagi perkembangan ekonomi.

Miro dalam Syarifuddin (2016: 174) mengemukakan bahwa:
 Secara umum transportasi adalah usaha pemindahan, atau penggerakan orang atau barang dari suatu lokasi, yang disebut lokasi asal, ke lokasi lain, yang biasa disebut lokasi tujuan, untuk keperluan tertentu dengan mempergunakan alat tertentu pula.

Kata selanjutnya adalah kata *online* yang dalam Bahasa Indonesia sering diterjemahkan sebagai “dalam jaringan” atau lebih dikenal dalam singkatan “daring”. Pengertian *online* adalah keadaan komputer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet, jika komputer sedang *online* maka seseorang dapat mengakses internet atau *browsing*, mencari informasi-informasi di internet. Dengan akses tersebut, seseorang dapat menjalin komunikasi baik yang hanya bersiat verbal atau non verbal, secara *online* dengan berbagai bangsa dan negara di seluruh belahan dunia.

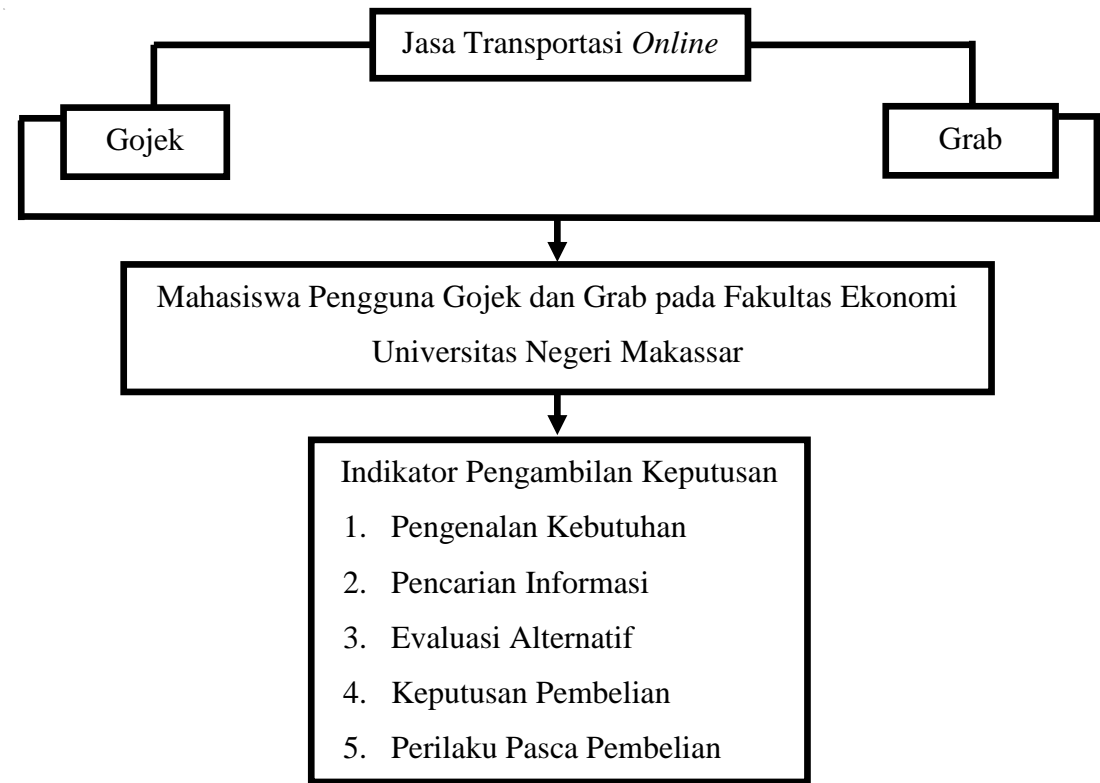
Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa transportasi *online* merupakan sebuah mode transportasi yang menggunakan *smartphone* berbasis aplikasi yang pelayanan dan tarifnya sudah diatur dan ditampilkan pada aplikasi yang tersedia.

3. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Judul Penelitian Tahun	Hasil Penelitian
1.	Nama: Rani Hapsari Kusuma Asri Judul Penelitian: Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Dalam Memilih Pasar Tradisional (Pasar Tugu Bandar Lampung) dan Pasar Modern (Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang). Tahun: 2010	Setelah diadakan pengujian dengan uji t secara parsial ditemukan perbedaan yang signifikan sebesar 0,000 berada dibawah level of significance yang digunakan ($\alpha = 0,05$) sehingga H_0 ditolak. Diketahui bahwa adanya perbedaan sikap konsumen pasar tradisional (Pasar Tugu Bandar Lampung) dan sikap konsumen Pasar Modern (Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang) pada variabel harga, lokasi, promosi, orang, dan prasarana fisik, sedangkan pada variabel produk dan proses tidak ditemukan perbedaan yang signifikan.
2.	Nama: Ibnatul Wadhiyyah Judul Penelitian: Perbandingan Keunggulan Keputusan Memilih Nasabah Logam Mulia pada Perum Pegadaian dan Pegadaian Syariah. Tahun: 2013	Pengujian ini menggunakan metode <i>independent t-test</i> , karena pengujian dilakukan terhadap dua kelompok yang berbeda yaitu, keputusan memilih seorang nasabah pada Pegadaian Konvensional atau Pegadaian Syariah. Hasil menunjukkan bahwa $F= 6,277$ dan $p = 0,015$ maka H_0 ditolak kedua varians adalah berbeda.

3.	<p>Nama: Arianis Chan</p> <p>Judul Penelitian: Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi <i>Mobile</i> Gojek dan Grab (Studi pada Konsumen PT. Gojek dan PT. Grab Indonesia di DKI Jakarta).</p> <p>Tahun: 2017</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa nilai t hitung yang didapatkan sebesar 2,420 lebih besar dari nilai t tabel dengan $df = 67$ sebesar 1,996 maka H_0 ditolak, sehingga kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan mengenai pengalaman pengguna pada Gojek dan Grab.</p>
4.	<p>Nama: Irma Farnita</p> <p>Judul Penelitian: Layanan <i>Mobile</i> Ho-Jak, Gojek dan Grab Terhadap Perbandingan Pengalaman Pengguna (Studi pada Konsumen PT. Ho-Jak Indonesia, PT. Aplikasi Anak Bangsa dan PT. Grab Indonesia di Kota Banda Aceh).</p> <p>Tahun: 2017</p>	<p>Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dari keempat sub variabel <i>User Experience</i> (pengalaman pengguna) yaitu <i>Happiness</i> (kepuasan), <i>Task Success</i> (efisiensi), <i>Earning</i> (manfaat dan keuntungan yang di dapat) dan <i>Uptime</i> (jaminan ketersediaan informasi), rata-rata penilai positif diberikan kepada aplikasi Gojek sebagai platform yang dapat memberikan pengalaman yang baik kepada penggunanya.</p>
5.	<p>Nama: Kristina Vika Natalia</p> <p>Judul Penelitian: Analisis Perbandingan Persepsi kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen Gojek dan Grab.</p> <p>Tahun: 2018</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Mayoritas profil konsumen <i>GoRide</i> dan <i>GrabBike</i> di Kota Yogyakarta adalah perempuan, usia 17-20 tahun, pendidikan terakhir SMA/ sederajat, dan memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, dan berpendapatan \geq Rp 1.500.000/bulan. 2) Tidak terdapat perbedaan persepsi kualitas pelayanan <i>GoRide</i> dan <i>GrabBike</i> 3) Terdapat perbedaan persepsi harga <i>GoRide</i> dan <i>GrabBike</i> 4) Terdapat perbedaan kepuasan konsumen <i>GoRide</i> dan <i>GrabBike</i>.</p>

4. Kerangka Pikir



5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Diduga terdapat perbedaan pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar”.

Sesuai dengan pengembangan hipotesis, maka dapat diuraikan beberapa hipotesis, sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat perbedaan pengambilan keputusan oleh mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

H_1 : Terdapat perbedaan pengambilan keputusan oleh mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

6. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, angkatan 2015, 2016, 2017, dan 2018 sebanyak 2.541 orang yang terdiri dari jurusan/program studi Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Akuntansi, Akuntansi (D3), Akuntansi (S1), Manajemen dan Ekonomi Pembangunan.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Sugiyono (2016: 85) mengemukakan bahwa “*Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Alasan penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling*, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pertimbangan, dengan menetapkan kriteria bahwa yang akan menjadi sampel penelitian adalah mahasiswa pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dengan jumlah sampel sebanyak seratus 165 responden.

7. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Penggunaan kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran tentang pengambilan keputusan oleh mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab, serta membandingkan mana yang lebih tinggi pengambilan keputusannya dalam menggunakan jasa transportasi *online* antara mahasiswa pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data), dalam mengumpulkan data peneliti mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Peneliti melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang dianggap memberikan informasi bagi peneliti terkait objek yang diteliti. Pihak-pihak tersebut adalah mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengambilan gambar (foto) oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.

8. Analisis Data

a. Uji Instrumen

Untuk memperoleh gambaran mengenai pengambilan keputusan mahasiswa memilih jasa transportasi online Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, digunakan instrumen kuesioner (angket) berupa daftar pernyataan sebagai teknik pengumpulan data. Hasil yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada transportasi *online* Gojek sebanyak 50 responden, dan transportasi *online* Grab sebanyak 115 responden, kemudian diuji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS 21* sebagai berikut:

1) Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila koefisien korelasi tabel pada taraf signifikan 1% atau 5%. Untuk mengetahui validitas pertanyaan, maka *r* hitung dibandingkan dengan *r* tabel pada $\alpha = 0,05$. Hasil uji validitas instrumen dikatakan valid jika nilai *r* hitung > dari *r* tabel, dimana nilai $df = N - 2$.

Pada penelitian ini jumlah data Gojek sebesar 50 responden ($N=50$) dan Grab sebesar 115 responden ($N=115$), jika mengikuti rumus df Gojek = $N (50) - 2 = 48$, df Grab = $N (115) - 2 = 113$, maka nilai *r* tabel untuk df Gojek 48 = 0,279 dan *r* tabel untuk df Grab 113 = 0,183.

Tabel 25. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Total Correlation	Keterangan
Gojek	0,279	Valid
Grab	0,183	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 21* (2019)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen kuesioner pada Tabel 25, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner Gojek mempunyai *Item Total Correlation* > 0,279, sedangkan kuesioner Grab mempunyai *Item Total Correlation* > 0,183. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

2) Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 0,60. Pengujian reliabilitas dalam penelitian dilakukan dengan teknik *Cronbach's Alpha*, dengan jumlah sampel Gojek sebanyak 50 responden dan jumlah sampel Grab sebanyak 115 responden. Berdasarkan perhitungan nilai koefisien reliabilitas untuk instrumen penelitian yang menggunakan *SPSS 21*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 26. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Gojek	0,747	Reliabel
Grab	0,732	Reliabel

Sumber: Hasil olah data *SPSS 21* (2019)

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada Tabel 26, maka dapat diketahui bahwa dari uji reliabilitas instrumen penelitian, menunjukkan *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu Gojek 0,747 > 0,60 dan Grab 0,732 > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data Gojek dan Grab dinyatakan reliabel. Hal tersebut dikarenakan variabel tersebut memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Berdasarkan uji instrumen yang dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 27. Hasil Uji Instrumen

Uji Instrumen	Kriteria Pengujian	Hasil Uji Instrumen	Keterangan
Uji Validitas	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan taraf signifikan 5%	Seluruh <i>Item Total Correlation Gojek</i> $> 0,279$ dan <i>Item Total Correlation Grab</i> $> 0,183$	Seluruh item data valid
Uji Reliabilitas	$Cronbach's Alpha > 0,60$	$Gojek = 0,747 > 0,60$ dan $Grab = 0,732 > 0,60$.	Seluruh variabel reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 21 (2019)

Berdasarkan Tabel 27, dapat disimpulkan bahwa hasil uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, maka seluruh item pernyataan yang diajukan valid dan instrumen yang digunakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

Suatu pengujian asumsi klasik atau persyaratan statistik atas data yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas dengan menggunakan SPSS 21 *for windows* sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, adapun untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melihat nilai *Asymptotic Significance* $\geq 0,05$ data berdistribusi normal dan jika nilai *Asymptotic Significance* $\leq 0,05$ data berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* test dapat dilihat pada Tabel 24 berikut:

Tabel 28. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Gojek	0,910	Normal
Grab	0,591	Normal

Sumber: Hasil olah data SPSS 21 (2019)

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada Tabel 28, menunjukkan nilai *Asymptotic Significance* variabel pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek sebesar 0,910, sedangkan nilai *Asymptotic Significance* pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Grab sebesar sebesar 0,591. Dari hasil uji normalitas dapat diperhatikan *Asymptotic Significance* $\geq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data terdistribusi normal.

c. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, maka pengujian hipotesis yang digunakan meliputi Uji *Mann-Whitney (U-Test)* dengan menggunakan SPSS 21 *for windows* sebagai berikut:

1) Uji Mann-Whitney (U-Test)

Uji *Mann-Whitney (U-Test)* ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara dua variabel independen, yaitu pengambilan keputusan mahasiswa Pengguna Gojek dan Grab. Hasil dari pengujian dengan uji *Mann-Whitney (U-Test)* disajikan pada Tabel 29, yaitu:

Tabel 29. Hasil Uji *Mann-Whitney (U-Test)*

Test Statistics ^a	
Pengambilan Keputusan Mahasiswa Pengguna Gojek dan Grab	
Mann-Whitney U	2543,000
Wilcoxon W	9213,000
Z	-1,178
Asymp. Sig. (2-tailed)	,239

a. *Grouping Variable: Transportasi Online*

Sumber : Hasil olah data SPSS 21 (2019)

Dari hasil uji *Mann Withney* pada Tabel 35, dapat dilihat bahwa nilai signifikan (*Asymptotic Significance*) adalah 0,239 yang berarti bahwa nilai signifikan tersebut > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

9. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengambilan Keputusan Mahasiswa Pengguna Jasa Transportasi *Online* Gojek pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Hasil analisis deskriptif variabel pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dapat disimpulkan berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 66,00 persen. Dengan nilai rata-rata sebesar 110,62 dan standar deviasinya sebesar 13,57. Hal tersebut juga didukung oleh pengambilan keputusan yang didasarkan atas pengalaman mahasiswa selama menggunakan layanan transportasi *online* Gojek. Terry dalam Lipursari (2013: 34) mengemukakan bahwa “pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena berdasarkan pengalaman seseorang dapat memperkirakan sesuatu serta dapat memperhitungkan untung ruginya dan baik buruknya keputusan yang dihasilkan”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar yang menggunakan jasa transportasi *online* Gojek, dapat disimpulkan bahwa alasan mahasiswa menggunakan jasa transportasi *online* Gojek dikarenakan layanan pada *GoFood* (layanan pemesanan makanan/minuman) menu makanan serta minumannya sangat beragam, selain itu pilihan toko maupun restoran lebih mendominasi, serta pilihan layanan pada jasa transportasi *online* Gojek lebih mendominasi.

b. Pengambilan Keputusan Mahasiswa Pengguna Jasa Transportasi *Online* Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Hasil analisis deskriptif variabel pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 80,00 persen. Dengan nilai rata-rata sebesar 107,69 dan standar deviasinya sebesar 11,05. Hal tersebut juga didukung oleh pengambilan keputusan yang tepat dalam memilih jasa transportasi *online* Gojek, dimana mahasiswa pengguna Gojek melalui pengambilan keputusan yang didasarkan pada pengalaman mahasiswa selama menggunakan jasa transportasi *online* Gojek dan Grab dan di dukung oleh fakta yang ada di lapangan. Terry dalam Mahtika (2007: 57) mengemukakan bahwa, istilah fakta disini perlu dikaitkan dengan istilah data dan informasi, dimana data harus diolah lebih dulu menjadi informasi, kemudian informasi inilah yang dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar yang menggunakan jasa transportasi *online* Grab, dapat

disimpulkan bahwa alasan mahasiswa menggunakan jasa transportasi *online* Grab dikarenakan adanya saldo OVO yang memberikan promo (potongan harga) pada setiap layanan jasa transportasi *online* Grab, sehingga tarif pada setiap layanan tertentu cukup terjangkau di kantong mahasiswa. Selain itu pengemudi dan pengendara jasa transportasi *online* Grab sudah tersebar dimana-mana sehingga jika mahasiswa menggunakan layanan transportasi *online* Grab, tidak perlu menunggu terlalu lama untuk dilayani oleh pengendara/pengemudi Grab itu sendiri.

c. Perbandingan Tingkat Pengambilan Keputusan Mahasiswa Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek, diperoleh nilai rata-rata sebesar 110,62 dan standar deviasinya sebesar 13,57. Sedangkan nilai rata-rata dan standar deviasi pada pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Grab, diperoleh nilai rata-rata sebesar 107,69 dan standar deviasinya sebesar 11,05.

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dan standar deviasi Gojek lebih tinggi daripada Grab. Hal tersebut dikarenakan pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek dan Grab, didasarkan pada pengalaman mahasiswa selama menggunakan jasa transportasi *online* Gojek dan Grab dan di dukung oleh fakta yang ada di lapangan. Sejalan dengan itu Reason dalam Suryani (2018: 20) mengemukakan bahwa “pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia, dimana setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final”.

Berdasarkan pengalaman mahasiswa pengguna Gojek, mahasiswa cenderung menggunakan layanan transportasi *online* Gojek untuk memesan makanan/minuman (*GoFood*). Sedangkan berdasarkan pengalaman mahasiswa pengguna Grab, mahasiswa cenderung menggunakan layanan transportasi *online* Grab dikarenakan adanya saldo OVO yang memberikan promo (potongan harga) pada setiap layanan jasa transportasi *online* Grab, sehingga tarif pada setiap layanan tertentu cukup terjangkau di kantong mahasiswa. Sedangkan berdasarkan fakta yang ada di lapangan, pengemudi dan pengendara jasa transportasi *online* Grab sudah tersebar dimana-mana, sehingga jika mahasiswa menggunakan layanan transportasi *online* Grab tidak perlu menunggu terlalu lama untuk dilayani oleh pengendara/pengemudi Grab itu sendiri.

Akan tetapi pada Uji Hipotesis yang menggunakan Uji *Mann Whitney (U Test)*, menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji *Mann Withney (U-Test)* pada Tabel 29, dapat dilihat bahwa nilai signifikan (*Asymptotic Significance*) sebesar 0,239 berada dibawah *Level Of Significance* yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$, yang berarti bahwa nilai *Asymptotic Significance* > nilai *Level Of Significance* yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini ditolak.

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengambilan keputusan mahasiswa pengguna jasa transportasi *online* Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dikarenakan kedua layanan jasa transportasi *online* tersebut memiliki layanan yang serupa pada aplikasi Gojek dan Grab yang biasa digunakan oleh mahasiswa, yaitu jasa pengantaran dengan menggunakan motor (*GoRide/GrabBike*), jasa pengantaran dengan menggunakan mobil

(GoCar/GrabCar), jasa pengantaran makanan dan minuman (GoFood/GrabFood), dan jasa pengantaran barang (GoSend/GrabExpress).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rani Hapsari Kusuma Asri (2010), yang bertujuan menganalisis tingkat perbandingan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang, dikarenakan kedua tempat berbelanja tersebut memiliki produk yang bervariasi, lengkap serta sama-sama memiliki kemudahan cara bayar dan memiliki kemudahan jasa antar produk tertentu.

10. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Dari 165 responden, terdapat 50 responden yang menggunakan jasa transportasi *online* Gojek dan 115 responden yang menggunakan jasa transportasi *online* Grab.
- 2) Hasil analisis deskriptif variabel pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dapat disimpulkan berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 66,00 persen, dengan nilai rata-rata sebesar 110,62 dan standar deviasinya sebesar 13,57. Sedangkan Hasil analisis deskriptif variabel pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 80,00 persen, dengan nilai rata-rata sebesar 107,69 dan standar deviasinya sebesar 11,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dan standar deviasi Gojek lebih tinggi daripada Grab.
- 3) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengambilan keputusan mahasiswa pengguna Gojek dan Grab pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data yang diperoleh dari uji *Mann Whitney (U-Test)* dengan nilai signifikan (*Asymptotic Significance*) sebesar 0,239 yang berarti bahwa nilai signifikan tersebut > nilai *Level Of Significance* yaitu 0,05.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangkan bagi berbaagai pihak untuk perbaikan penelitian selanjutnya, sekaligus bagi penelitian ini, yaitu:

1) Bagi Mahasiswa Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab

Diharapkan bagi mahasiswa yang menggunakan jasa transportasi *online* Gojek dan Grab, sebelum memilih untuk menggunakan layanan yang ditawarkan, hendaknya pengguna melalui beberapa tahapan pengambilan keputusan dalam menggunakan jasa transportasi *online*, diantaranya pengenalan kebutuhan (apa yang diinginkan oleh pengguna), pencarian informasi (dari sumber mana pengguna mendapatkan informasi terkait jasa/layanan yang ditawarkan), evaluasi alternatif (mengevaluasi diantara beberapa pilihan yang ada), keputusan pembelian (pengguna membentuk niat untuk menggunakan layanan yang paling diminati), perilaku pasca pembelian (kelebihan dan kekurangan dari setiap layanan yang digunakan). Sehingga kedepannya mahasiswa yang menggunakan jasa transportasi *online* Gojek dan Grab

dapat mengetahui perbandingan dari setiap layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa Gojek dan Grab, baik itu kelebihan dan kekurangan yang dirasakan selama menggunakan layanannya, yang dapat menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan atas layanan yang digunakan.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian secara meluas mengenai pengambilan keputusan pengguna (konsumen) dalam memilih jasa transportasi *online* dilihat dari segi perilaku konsumen serta manajemen pemasaran oleh perusahaan jasa, karena saat ini transportasi *online* sedang marak ditengah-tengah masyarakat, sehingga penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi perusahaan sebagai penyedia jasa dalam melakukan perbaikan dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

3) Bagi Perusahaan Transportasi Online Gojek dan Grab

Diharapkan perusahaan transportasi *online* Gojek dan Grab dapat meningkatkan kualitas pelayanan pengemudi/pengemudinya, mempertahankan kualitas pendukung seperti kelengkapan atribut penyedia jasa, memperbaharui aplikasinya agar dapat memberi layanan yang memuaskan bagi pengguna, serta memerhatikan hak konsumen diantaranya kenyamanan, keamanan dan keselamatan penggunaannya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari., dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Adhi, Imam Ahmad., Maria Goretti Wi Endang NP., dan Pravissi Shanti. 2016. *Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Batu Secret Zoo Jawa Timur Park 2)*. Vol. 30, No.1. Hal: 35-43.
- Ali, Irawati Ismai., Muh. Imadudin Akmal., Ayu Latifah Alfisyahrin., Nur Fajar Indrawan., dan Shinta Dewi Sugiharti Tikson. 2017. *Makassar Smart Transportation: Penerapan Mamminasata Apps dan Mamminasata Card Guna Optimalisasi Bus Rapid Transit (BRT) Kota Makassar*. Vol. 14, No. 1. Hal: 1-13.
- Anwar, Ahsani Amalia. 2017. *Online vs Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar*. Vol. 2, No. 2. Hal: 220-246.
- Arif, Muhammad Rifqul., Maslichah., dan Junaidi. 2019. *Mengungkap Kesadaran Islam Para Akademisi dalam Mengedukasi Riba pada Proses Pembelajaran Akuntansi Guna Pengambilan Keputusan Sikap Profesi Akuntan*. Vol. 8, No. 1. Hal: 92-103.
- Bernardin, Deden Edwar Yokeu. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Tingkat Kepuasan Siswa pada SMA PGRI Kurnia Garut*. Vol. 1, No. 2. Hal: 1-13.
- Cristalino, Franco. 2016. *Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Peminta Izin Mendirikan Bangunan (IMB) pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Katingan*. Vol. 5, No. 1. Hal: 20-38.
- Daryanto., dan Setyobudi Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Giantara, Mariani Shoshana., dan Jesslyn Santoso. 2014. *Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, dan Persepsi Kualitas terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional oleh Mahasiswa di Surabaya*. Vol. 2, No. 1. Hal: 1-17.
- Ginting, Eka Danta Jaya. 2005. dan Betaria Octavina Sianturi. 2005. *Pengambilan Keputusan Membeli di Tinjau dari Gaya Hidup Value Minded*. Vol. 1, No. 1. Hal: 28-37.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Haryanto, Edy. 2013. *Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado*. Vol. 1, No. 3. Hal: 750-760.
- Hasan. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen yang Terdiri dari Faktor Budaya, Sosial, Kepribadian dan Psikologi dalam Keputusan Pembelian Produk Motor Metic di Kota Banjarmasin*. Vol. 4, No. 2. Hal: 255-274.
- Herdana, Auditya. 2015. *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi pada Pru Passion Agency Jakarta)*. Vol. 3, No. 1. Hal: 1-18.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen>. Diakses pada 20 Januari 2019.
- Hidayat, Rachmad. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura)*. Vol. 9, No. 2. Hal: 77-95.
- Kadir, Abdul. 2006. *Transportasi: Peran dan Dampaknya dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Vol. 1, No. 3. Hal: 121-131.
- Kartikasari, Didin. Zainul Arifin., dan Kadarisman Hidayat. 2013. *Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie)*. Vol. 3, No. 2. Hal: 1-8.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lipursari, Anastasia. 2013. *Peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam Pengambilan Keputusan*. Vol. 5, No. 1. Hal: 26-37.
- Mahtika, Hanafie. 2007. *Pengambilan Keputusan Strategik*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Miro, Fidel. 2012. *Pengantar Sistem Transportasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Motorinaneews. 2016. Kelebihan dan Kekurangan Transportasi Online. <http://motorinaneews.id/artikel/9519/Ini-Kelebihan-Dan-Kekurangan-Ojek-Online/>. Diakses pada 24 Januari 2019.
- Mundir, Abdillah. 2015. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah*. Vol. 7, No. 1. Hal: 27-40.
- Narimawati, U. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Pradesta, Satrio Aryo., Kertahadi., dan Riyadi. 2013. *Analisis Sistem Pendukung Pembuatan Keputusan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil*. Vol. 3, No. 1. Hal: 1-11.

- Puspaningtyas, Meinarti. 2011. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa*. Vol. 2, No. 1. Hal: 57-75.
- Rakib, Muhammad. 2010. *Pengaruh Model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kecil*. Vol. 17, No. 2. Hal: 121-129.
- Rares, Angelina., dan Rotinsulu Jopie Jorie. 2015. *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Bengkel Gaoel Manado Town Square*. Vol. 3, No. 2. Hal: 592-604.
- Sudjana, Djudju. 2001. *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Syamsi, Ibnu. 2007. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- . 2010. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syam, Agus. 2018. *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi dan Minat Berwirausaha terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa di Universitas Negeri Makassar*. Disertasi. Makassar: Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar.
- Simanjuntak, Jontro. 2017. *Pengaruh Prosedur Kemudahan Menggadai terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggadai Barang (Studi Kasus Nasabah PT Pegadaian Kota Batam)*. Vol. 1, No. 1. Hal: 64-77.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Anugrah Meti., Mukhneri., dan Matin. 2018. *Pengaruh Kepribadian dan Efikasi Diri terhadap Pengambilan Keputusan Kepala SMA Negeri di DKI Jakarta*. Vol. 4, No. 3. Hal: 19-26.
- Susanti, Anita., Ria Asih Aryani Soemitro., dan Hitapriya Suprayitno. 2018. *Identifikasi Kebutuhan Fasilitas Bagi Penumpang di Stasiun Kereta Api Berdasarkan Analisis Pergerakan Penumpang*. Vol. 2, No. 1. Hal: 23-34.
- Syarifuddin, Muhammad Fauzy., Mochammad Al Musadieq., dan Edy Yulianto. 2016. *Pentingnya Pelabuhan Tanjung Perak Bagi Perekonomian Jawa Timur (Studi pada PT. Pelindo III Tanjung Perak Surabaya)*. Vol. 35, No.1. Hal: 172-178.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, Sulistyo Seti. 2013. *Gaya Kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta Berdasarkan Prinsip Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik (GCG)*. Vol. 2, No. 2. Hal: 160-169.

Wardhani, Widya., Ujang Sumarwan., dan Lilik Noor Yuliati. 2015. *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product*. Vol. 6, No. 1. Hal: 45-63.

Wendi, Eko Jundri., dan Yurni Suasti. 2018. *Segmentasi Pasar Angkutan Bendi di Kota Solok*. Vol. 2, No. 3. Hal: 806-816.